

У ИСТОКОВ КООПЕРАТИВНОЙ МЫСЛИ США AT THE ROOTS OF THE USA CO-OPERATIVE THOUGHT

И.С. Котов, кандидат исторических наук, доцент кафедры маркетинга,
Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации
(г. Гомель, Республика Беларусь)

Аннотация. В статье кратко рассмотрен первый период развития кооперативной мысли США (1920-30-е гг.). Изложено содержание двух направлений кооператив-

ной теории и практики – калифорнийской и чикагской школ. Сделан вывод о принципиальном отличии двух подходов к роли кооперативов в условиях рынка.

Abstract. *In the article a brief outline of the first period of the USA co-operative thought development (1920-30-s) is given. The contents of Californian and Chicago co-operative schools is considered. The conclusion about cardinal difference of two approaches in market conditions has done.*

Ключевые слова / key words: кооперация / co-operation, кооперативная мысль / co-operative thought, кооперативные принципы / co-operative principles, контракт / contract, конкурентоспособность / competitiveness, социальная функция / social function.

Первую комплексную оригинальную концепцию организации и деятельности кооперативов в условиях США создал Аарон Шапиро (1884-1959), юрист из Сан-Франциско, посвятивший кооперации десять лет своей жизни и снискавший на этом поприще широкую известность не только в своей стране, но и за рубежом. За исключительную преданность делу фермерской кооперации, стремлению и умению убеждать в своей правоте многочисленные аудиторы Шапиро называли «евангелистом кооперации».

С 1915 г. Шапиро начинает непосредственно заниматься организационными, правовыми и экономическими проблемами фермерской кооперации. Он встречается с фермерами, готовит учредительные документы по организации ассоциаций и кооперативов. В ходе этой работы постепенно формируется система принципов и положений, вошедшая в историю как идеи калифорнийской школы кооперации.

В основе ее – предложенный Шапиро так называемый «железный контракт», который обязывал производителя поставлять ассоциации или кооперативу в течение установленного периода (как правило, нескольких лет) всю товарную продукцию его фермы. Контрактом предусматривались серьезные санкции по отношению к фермерам за нарушение его условий. В свою очередь кооператив или ассоциация обязывались приобретать продукцию только своих членов, реализовывать ее и возвращать им прибыль после вычета всех затрат. К 1920 г. Шапиро фактически развернул деятельность юридической фирмы, специализировавшейся на подготовке учредительных документов для кооперативов, их последующем правовом обслуживании [1].

В своих многочисленных публичных выступлениях и публикациях в периодической печати Шапиро развивал свои кооперативные идеи. В дополнение к вышесказанному, «подход Шапиро», как принято называть его теоретические и практические разработки, включал в себя следующие принципы: специализация кооператива на какой-то определенной сельскохозяйственной культуре, установление членства только для производителей продукции, полный демократический контроль за работой ассоциации со стороны ее членов, распределение получаемой от членов продукции по группам качества и выплата доходов по итогам года в соответствии с тем, к какой группе качества относится сданная конкретным фермером продукция, использование профессиональных менеджеров и экспертов по техно-

логическим и экономическим вопросам, руководство только оправдавши-ми себя методами бизнеса, тщательный контроль за тем, чтобы реализуемая ассоциацией продукция занимала преобладающую долю на рынке [2]. Как отмечал в одной из своих публикаций А. Шапиро, главное для фермера – реализовать свою продукцию по возможно более выгодной цене. Чтобы получить таковую, необходимо отрегулировать соотношение спроса и предложения соответствующим образом. Этого не сделает отдельно взятый фермер. Однако организованные производители имеют реальную возможность управлять предложением и приводить его в соответствие со спросом в любой момент и в любом месте [3]. Таким образом, организация охвата кооперативом значительной доли рынка, получение от фермеров и продажа продукции по группам в зависимости от ее качества, регулирование объемов поступающей на рынок продукции могли позволить избежать разрушительных для фермерских хозяйств демпинговых явлений в период реализации урожая очередного года [5].

Шапиро одним из первых обратил внимание не только на экономические, но и на социально-культурные функции кооперации. На его взгляд, если не удастся доказать фермеру, что кооператив ценен для него не только долларами и центами, но также сможет оказать ему большую помощь в улучшении жизни на ферме и в округе, то вряд ли этот фермер станет полезным членом кооператива. Необходимо проводить кооперативное воспитание и образование, создавать дух кооперации [3].

Весьма интересной представляется оценка Шапиро рочдейлской кооперации, принципы которой считались классическими для условий рынка. «Евангелист кооперации» отмечал, что существуют два стиля кооперации – английский и американский. «Рочдейлский план» не подходит для деятельности сбытовых кооперативов производителей сельскохозяйственной продукции. Он был создан исключительно для потребительских кооперативов [2].

По мнению ряда американских экономистов, «подход Шапиро» в наибольшей степени соответствовал условиям западных штатов, прежде всего Калифорнии, а к 1926 г. почти все кооперативные ассоциации, созданные под его патронажем, прекратили свое существование. Шапиро считал главной причиной этого отход от его принципов, однако не учитывал влияния изменившейся социально-экономической ситуации, в частности, характера рыночной конъюнктуры. Со второй половины 20-х гг. он резко охладевает в отношении кооперации, возвращается только к адвокатской практике.

К 1922 г. в кооперативной мысли США сформировалась во многом отличающаяся от «подхода Шапиро» концепция. Наиболее примечательной ее особенностью было то, что предлагалось строить фермерские кооперативы и ассоциации снизу вверх, т.е. по инициативе и при непосредственном участии самих фермеров, а не наоборот, как у Шапиро. Создателем нового подхода к кооперации стал профессор Эдвин Норс (1883-1974), представитель чикагской экономической школы [4]. В своих разработках он исходил прежде все-

го из условий штатов Среднего Запада (Иллинойса, Миннесоты, Висконсина, Северной и Южной Дакоты). К началу 1920-х гг. там уже существовало множество небольших фермерских кооперативов в пределах малых территорий. По мнению Норса, непосредственная деятельность кооператива должна развиваться именно на местном уровне. Он был против того, чтобы кооперативы любой ценой захватывали как можно большую долю рынка какой-либо продукции. Им достаточно иметь ограниченное представительство на рынке, деятельность кооперативов должна была стать своего рода мерилom активности и конкурентоспособности других субъектов хозяйствования, которые занимали господствующее положение. Участвуя в рыночной конъюнктуре, кооперативы становились фактором, заставляющим иные фирмы быть более конкурентоспособными, повышать качество своей работы на общее благо. Норс доказывал, что как только благодаря деятельности кооперативов рынок становился более конкурентным, стимулирующим повышение качества работы его участников, то кооперативы можно было считать выполнившими свою роль и они вполне могли прекращать свою работу [5].

Норс рассматривал кооперативы также как средство устранения ряда недостатков капиталистической системы, в частности, в плане поддержания стабильности рыночной экономики, недопущения кризисов. Он указывал на важность решения кооперативами социальных задач, которые противоречили интересам частнопредпринимательских структур, стремившихся к получению максимальной прибыли [4]. Вместе с тем экономист отводил кооперативам вторичную по сравнению с частными компаниями роль. Кооперативы вовсе не должны стремиться победить частника в конкурентной борьбе и вытеснить его с рынка, их задача – заставить его работать лучше. Норс полагал, что по сравнению с частным капиталом кооперативы во многом проигрывают, технология их организации и деятельности гораздо менее оперативна и более сложна, чем у других форм бизнеса.

Норс одним из первых в кооперативной мысли США предложил ряд практических рекомендаций для успешного развития кооперативов: жесткий прагматизм в использовании капиталов пайщиков, экономическая результативность операций, приверженность кооперативным основам организации, стремление постоянно приводить организации в соответствие с меняющимися условиями рынка, свобода от вмешательства государства в дела кооператива, ориентация на интересы всего общества. Вне всякого сомнения, указанные положения во многом напоминают комплекс принципов, принятых на конгрессе Международного кооперативного альянса в Манчестере (1995 г.), заслуживают применения и в нынешней кооперативной практике.

Высказанные Э. Норсом в первой половине 1920-х гг. идеи положили начало новому направлению в кооперативной мысли США, получившему название «Школа мерила конкурентоспособности». При непосредственном участии Норса и его последователей в 1925 г. был создан Американский институт кооперации, ставший координационным центром теории и практики

кооперативного движения США. Вершиной карьеры Норса стал пост председателя Экономического совета при президенте Г.Трумэне во второй половине 40-х гг. XX в.

Таким образом, можно определить основное отличие двух ведущих школ кооперативной мысли США 1920-30-х гг. Калифорнийская школа видела главную задачу кооперативов в достижении максимального влияния на рынке и повышения денежной отдачи сельскому хозяйству посредством установления выгодных для фермеров цен на их продукцию. «Школа мерил конкурентоспособности», исходя из заведомой ущербности кооперативов по сравнению с частнопредпринимательскими структурами, отводила первым роль субъекта хозяйствования, который своим присутствием на рынке стимулирует частного, не допускает нездорового монополизма, берет на себя решение социальных задач.

Литература:

1. Knapp, J. Great American Cooperators / J. Knapp. – Washington,: American Institute of Cooperation, 1967. – 608 p. – Pp. 345-346.
2. Knapp, J. The Advance of American Cooperative Enterprise: 1920-1945 / J. Knapp. – Danville: The Interstate Printers & Publishers, 1973. – 646 p. – Pp. 9-10.
3. Sapiro, A. Dark and Bright Spots in Cooperative Marketing // American Cooperation. – 1926. – Vol. 1. – Pp. 34-46.
4. Torgerson, R.E. Nourse Held to Competitive Yardstick School of Thought // American Cooperation. – 1978-1979. – Pp. 16-23.
5. Torgerson, R, Reynolds, B., Gray, Th. Evolution of Cooperative Thought, Theory, and Purpose // Journal of Cooperatives. – 1998. – Vol. 13. – pp. 1-20.